



ΑΛΙΠΑΣΤΑ ΒΟΛΟΥ
EST. 1950



ΓΕΥΣΕΙΣ ΜΕ ΠΑΡΑΔΟΣΗ, ΓΕΥΣΕΙΣ ΠΟΥ ΣΑΣ ΤΑΞΙΔΕΥΟΥΝ

Έχοντας γνώση στην παράδοση με πάνω από 70 χρόνια εμπειρίας, παράγουμε με πρώτη ύλη από τις πεντακάθαρές ελληνικές θάλασσες, εξαιρετικής ποιότητας αλίπαστα και καπνιστά ψάρια αποκλειστικά με παραδοσιακές τεχνικές και απόλυτο σεβασμό στον καταναλωτή, προσφέροντάς σας έναν εκλεκτό μεζέ.



ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ / GREEK PRODUCT / ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ / ΕΚΛΕΚΤΑ ΑΛΙΠΑΣΤΑ ΒΟΛΟΥ / GREEK PRODUCT / ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ / GREEK PRODUCT

ΑΦΟΙ ΚΑΡΑΓΚΟΥΝΗ Α.Ε. | Β ΒΙΠΕ Βόλου 37500 Βελεστίνο | Τ +30 24250 22018 | www.karagounisbros.gr



• PEPSICO

Γιατί επέστρεψε στην αγορά του εμφιαλωμένου νερού - Ποια είναι η N.U. AQUA



• FLEXOPACK

Πώς επηρεάζουν μεγέθη και στρατηγική οι διαταραχές στο supply chain



• ELBISCO

Αύξηση τζίρου και κερδοφορία το 2020
– Πτωτικό το α' τετράμηνο του 2021



• PERNOD RICARD

Έκλεισε το deal για την εξαγορά της Whisky Exchange

EDITORIAL: Το αποτέλεσμα μετράει

SECRET RECIPE: Πάνω απ' όλα η εμπειρία

Κάθε αρχή και... **Μέλι!**

ΜΕΓΑΛΟΣ ΦΘΙΝΟΠΩΡΙΝΟΣ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Κέρδισε εσύ!
Ένα ηλεκτρικό ποδήλατο
(Urban e-bike)



Εδώ είναι όλη η δύναμη που χρειάζεσαι,
για μία καθημερινότητα γεμάτη ενέργεια!
Κορυφαίο σε ποιότητα ελληνικό μέλι,
με μία γεύση που δεν αντιγράφεται!



Τι χρειάζεσαι για μία δυνατή επιστροφή; **Μέλι Αττική!**
Και τώρα όλα μπορούν να γίνουν ακόμα πιο γλυκά!
Αγοράζοντας μία συσκευασία Μέλι Αττική 1kg κλασικό ή θυμάρι νήσων,
μπορείς εύκολα να κερδίσεις ένα **ηλεκτρικό ποδήλατο** (Urban e-bike).

Τα βήματα είναι απλά!
Μάθε περισσότερα στο www.attiki-pittas.gr



• ΜΕΒΓΑΛ ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΕ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ

Η ΜΕΒΓΑΛ συμμετείχε με τους εργαζομένους της στην 1η πανελλήνια περιβαλλοντική δράση που διοργάνωσε η πρωτοβουλία, ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ

Συγκεκριμένα, η εταιρεία, η οποία εδρεύει στα Κουφάγια Θεσσαλονίκης, σε κοντινή απόσταση από τον υδροβιότοπο του ποταμού Αξιού, συνεργάστηκε με τον Δήμο Χαλκιδόνας, που υπέδειξε το σημείο δράσης, και έτσι, περισσότεροι από 100 εργαζόμε-

νοι με τις οικογένειές τους βρέθηκαν στην όχθη του ποταμού, με στόχο να καθαρίσουν την ευρύτερη περιοχή.

Οι εθελοντές της εταιρείας κατάφεραν να βελτιώσουν θεαματικά την όψη του μαγευτικού τοπίου, αφού συγκέντρωσαν περισσότερες από 130 σακούλες με απορρίμματα, τα οποία ο Δήμος μετέφερε στη συνέχεια, με δικά του οχήματα στους ενδεδειγμένους χώρους διαχείρισης απορριμμάτων.



• ION ΝΕΑ ΣΕΙΡΑ ΚΟΥΒΕΡΤΟΥΡΑΣ ION COMPOUND

Η ION λανσάρει στην ελληνική αγορά δυο νέες κουβερτούρες σοκολάτας γάλακτος και λευκής, αντίστοιχα, για τον επαγγελματία ζαχαροπλάστη, που κυκλοφορούν σε συσκευασία 2 πλακών X 1 kg.

INFO

- ION Compound Milk
- ION Compound White

Σύμφωνα με την εταιρεία, οι νέες κουβερτούρες, ION Compound, παράγονται από

υψηλής ποιότητας πρώτες ύλες και δεν θυμίζουν "καθόλου κουβερτούρα απομίμησης". Η ειδική επεξεργασία και διαδικασία παραγωγής από την ION, δίνει στα προϊόντα αυτά, ρευστότητα, ευκολία στη χρήση, κάνοντάς τα κατάλληλα για κάθε παρασκεύασμα. Υπογραμμίζεται δε, ότι, "η ION είναι η μόνη εταιρεία στην Ελλάδα που έχει ολοκληρωμένη διαδικασία παραγωγής σοκολάτας και κακάο, από τον καρπό του κακάο έως το τελικό προϊόν, για το σύνολο της παραγωγής της".

Editorial

Το αποτέλεσμα μετράει

Είναι δεδομένο το μέγεθος της ζημιάς στη φήμη μιας εταιρείας, όταν:

Πρώτον, προκύπτει μία λάθος κίνηση (στο παιχνίδι είναι αυτός, συμβαίνει και στις καλύτερες των οικογενειών), αλλά Δεύτερον, ο χειρισμός στη συνέχεια είναι απόλυτα λανθασμένος, τόσο σε επίπεδο εσωτερικής, όσο και σε επίπεδο εξωτερικής επικοινωνίας, και πολύ χειρότερα όταν

Τρίτον, επιλέγεται η σιωπή και το κρυφό, αντί της πλήρους ενημέρωσης και αποκάλυψης του τι ακριβώς έχει συμβεί και για ποιο λόγο η διοίκηση έλαβε την οποιαδήποτε απόφαση.

Αυτό ακριβώς έχει συμβεί και με την περίπτωση της efood, η διοίκηση της οποίας αποφάσισε τελικά να βγει διειλ-δεδιλά προς τα έξω για να πει κάποια - όχι όλα, είναι γεγονός - για το τι ακριβώς έκανε και τι αποφάσισε.

Σε κάθε περίπτωση, όμως, η ζημιά έχει ήδη γίνει, καθώς - πλέον των καταναλωτών, που απαρνήθηκαν ήδη την εφαρμογή της πλατφόρμας (λανθασμένα ή σωστά, δεν έχει σημασία) -, το ίδιο έχουν κάνει και κάποιοι επιχειρηματίες της εστίασης.

Λαϊκίστικη προσέγγιση, ώστε να φανούν οι καλοί της υπόθεσης απέναντι στους πελάτες τους;

Το πιο πιθανό, ναι.

Αλλά, όπως όλοι γνωρίζουμε, στο επιχειρείν, το αποτέλεσμα μετράει. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

SECRETRECIPE

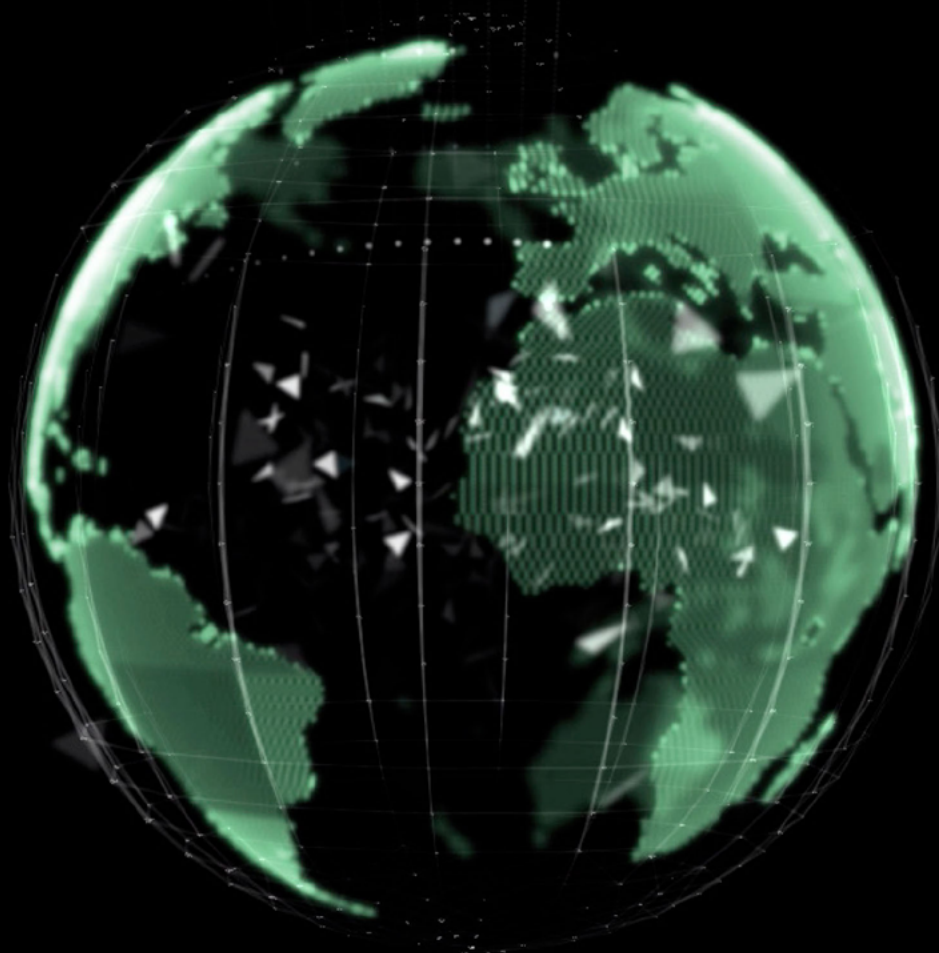
Πάνω απ' όλα η εμπειρία

Η εμπειρία του συγκεκριμένου στελέχους στον τομέα αυτό μέτρησε για τους μετόχους της εταιρείας σε ό,τι αφορά την επιλογή του προσώπου, που θα στελέωνε τη συγκεκριμένη θέση. Γι' αυτό και, παρά το γεγονός ότι υπήρχαν άλλοι υποψήφιοι με περισσότερες ακαδημαϊκές περγαμνές, έχασαν τη δουλειά.

SALES MONITOR



Το νέο δεκαπενθήμερο live brief στο YouTube
του Ινστιτούτου Πωλήσεων Ελλάδος



Συζητάμε, αναλύουμε, σχολιάζουμε τι συμβαίνει
στην οικονομία και την αγορά, με την οπτική των πωλήσεων



ΠΡΩΤΗ ΜΕΤΑΔΟΣΗ

Τετάρτη 22 Σεπτεμβρίου 2021



Παρουσιάζει ο Νεκτάριος Νώτης
Founder, CEO Notice Content and Services

SALES
MONITOR



• FLEXORACK ΠΩΣ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΜΕΓΕΘΗ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΟΙ ΔΙΑΤΑΡΑΧΕΣ ΣΤΟ SUPPLY CHAIN

Τις αρνητικές επιπτώσεις που μπορεί να έχουν οι σημαντικές διαταραχές στην εφοδιαστική αλυσίδα και στα δικά της αποτελέσματα, επισημαίνει η Flexorack, με αφορμή τα αποτελέσματα εξαμήνου που ανακοίνωσε.

Σύμφωνα με τη διοίκηση της εισηγμένης, συνεπεία της πανδημίας COVID-19, έχει επέλθει από το ξεκίνημα του έτους σημαντική διαταραχή στην εφοδιαστική αλυσίδα, που έχει ως βασικά χαρακτηριστικά:

- Συνεχιζόμενες ελλείψεις σε βασικές κατηγορίες πρώτων υλών σε παγκόσμιο επίπεδο
- Σημαντικές και συνεχείς αυξήσεις των τιμών των πρώτων υλών στη διεθνή αγορά
- Σημαντική αύξηση του μεταφορικού κόστους και ιδίως του ναυτιλιακού ναύλου για τις μεταφορές με κοντέινερ

ΚΑΜΨΗ ΤΩΝ ΜΕΓΕΘΩΝ

Θυμίζουμε ότι το α' εξάμηνο έκλεισε για τον



όμιλο της Flexorack με πώση τζίρου κατά 2,74%, του EBITDA κατά 25,78% και της καθαρής κερδοφορίας σε ποσοστό 23,8%.

DATA - Α' ΕΞΑΜΗΝΟ (σε € χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2021: 49.981

2020: 51.387

Μεταβολή: (2,74%)

Μεικτά κέρδη

2021: 12.491

2020: 14.357

Μεταβολή: (13%)

EBITDA

2021: 8.465

2020: 11.405

Μεταβολή: (25,8%)

Αποτελέσματα προ φόρων

2021: 5.381

2020: 7.429

Μεταβολή: (27,6%)

Αποτελέσματα μετά φόρων

2021: 4.322

2020: 5.672

Μεταβολή: (23,8%)

ΑΝΑΠΡΟΣΑΡΜΟΖΕΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΤΙΜΩΝ

Ο όμιλος λαμβάνει όλα τα αναγκαία μέτρα για να εξασφαλίσει την επάρκεια των πρώτων υλών. Ειδικότερα, για την αντιμετώπιση του εν λόγω κινδύνου, προσαρμόζεται ανάλογα η πολιτική αποθεμάτων, καθώς και η εμπορική πολιτική της Flexorack, ώστε μέρος του κινδύνου - στο μέτρο που αυτό είναι εφικτό και με βάση τις εκάστοτε διαμορφούμενες συνθήκες ανταγωνισμού - να επιμερίζεται και να μετακυλιέται. Υπογραμμίζεται πάντως, ότι, σε περίπτωση αδυναμίας ουσιαστικής μετακύλισης της αύξησης του κόστους των πρώτων υλών

στην τιμή του τελικού προϊόντος, ο κίνδυνος αξιολογείται ως ιδιαίτερα σημαντικός και δύναται να επηρεάσει αρνητικά τα αποτελέσματα του ομίλου.

ΒΑΣΙΚΟΣ ΠΕΛΑΤΗΣ Η ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Σημειώνεται ότι, τα προϊόντα της Flexorack χρησιμοποιούνται κυρίως, στη συσκευασία τροφίμων, τα οποία, ως είδη πρώτης ανάγκης, επηρεάζονται συνθήως, λιγότερο από φαινόμενα καταναλωτικής ύφεσης, μπορούν όμως, να επηρεαστούν μελλοντικά από την επικράτηση εξωγενών παραγόντων στις αγορές που δραστηριοποιείται ο όμιλος. Εξωγενείς παράγοντες, που μπορεί να πλήξουν τη ζήτηση για τα προϊόντα του ομίλου, είναι η πιθανότητα εμφάνισης ασθενειών στο κρέας, η αλλαγή στις διατροφικές συνήθειες των καταναλωτών, οι κλιματολογικές αλλαγές, η επιβράδυνση της παγκόσμιας οικονομίας κλπ.

ΑΥΞΗΜΕΝΟΣ ΚΙΝΔΥΝΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟ Β' ΕΞΑΜΗΝΟ

Από τη διοίκηση της εισηγμένης επισημαίνεται ότι, "επειδή εξακολουθούν να υφίστανται, τόσο στην Ευρωζώνη, όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο, τα περιοριστικά μέτρα που ελήφθησαν για την ανάσχεση της πανδημίας COVID-19, ο εν λόγω κίνδυνος αξιολογείται ως σημαντικός και ενδέχεται να επηρεάσει τις επιδόσεις και τα αποτελέσματα του ομίλου στην διάρκεια του β' εξαμήνου της χρήσεως 2021, σε περιορισμένο πάντως, βαθμό, με βάση τα δεδομένα που ισχύουν κατά την παρούσα χρονική στιγμή και τα οποία δεδομένα επαναξιολογούνται, λόγω της έντονης μεταβλητότητας του ευρύτερου περιβάλλοντος".

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr





ESGreece
Impact Investing

The weekly newsletter on industry news, regulation and emerging policy on ESG, sustainability, sustainable finance and impact investing from Greece and around the world.



LANDING IN YOUR INBOX EVERY TUESDAY

**SUBSCRIBE HERE
FOR FREE**

Powered by



**Institute for
Sustainable
Development**

*The Institute for Sustainable
Development, EPLO*

In partnership with

NOTICE
CONTENT & SERVICES

Notice Content and Services



ESGreece
Impact Investing

Powered by



**Institute for
Sustainable
Development**

In partnership with

NOTICE
CONTENT & SERVICES

9, Fidiou str., 10678 Athens, 210 3634061
For information: sales@esgreece.com



• PERNOD RICARD ΕΚΛΕΙΣΕ ΤΟ DEAL ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΞΑΓΟΡΑ ΤΗΣ WHISKY EXCHANGE

Η Pernod Ricard υπέγραψε συμφωνία για την εξαγορά της διαδικτυακής πλατφόρμας πώλησης ποτών, Whisky Exchange, σε μια κίνηση που μετατρέπει τη δημιουργό της Absolut και του Havana Club, σε έναν από τους μεγαλύτερους διαδικτυακούς retailers της βιομηχανίας ποτών.

"Αυτό που πραγματικά με ενθουσιάζει, είναι ότι πρόκειται για την κορυφαία, πιο αξιόπιστη και πιο κερδοφόρα πλατφόρμα στην Ευρώπη", δήλωσε ο Alexandre Ricard, Διευθύνων Σύμβουλος της Pernod Ricard, στο Bloomberg.

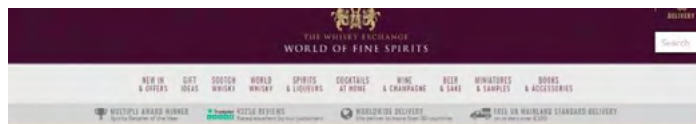
Ο Sukhinder και Rajbir Singh θα διατηρήσουν τα ντάνια της επιχείρησης, η οποία θα λειτουργεί ως ανεξάρτητη θυγατρική.

ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙ ΤΡΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΣΤΟ ΛΟΝΔΙΝΟ

Η Whiskey Exchange με έδρα το Ηνωμένο Βασίλειο, ιδρύθηκε το 1999 από τους Sukhinder και Rajbir Singh και προσφέρει μια σειρά από περίπου 10.000 κωδικούς ούισκι και αποσταγμάτων.

Αν και είναι περισσότερο γνωστή για την ιστοσελίδα της, η Whisky Exchange λειτουργεί επίσης, τρία καταστήματα στο Λονδίνο - συμπεριλαμβανομένου ενός στο Covent Garden - ενώ προσφέρει μια σειρά από σχεδόν 4.000 μάρκες scotch whiskey και bourbon, καθώς και κονιάκ, τζιν, ρούμι και τεκίλα, σε περισσότερες από 30 χώρες, καθιστώντας την μία από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις ηλεκτρονικού εμπορίου στον κόσμο στα οινοπνευματώδη ποτά.

Η μητρική εταιρεία της Whisky Exchange πραγματοποίησε πωλήσεις 72 εκατ. λιρών το 2020. Σε ό,τι αφορά τις διαδικτυακές πωλήσεις της



Pernod Ricard, αυτές ενισχύθηκαν κατά 63% πέρυσι, ωστόσο εξακολουθούν να αντιπροσωπεύουν λιγότερο από το 5% των συνολικών εσόδων του ομίλου.

Χορηγός Επικοινωνίας
NOTICE
CONTENT & SERVICES

AQUATICS

WATER POLO | SWIMMING | ARTISTIC SWIMMING

SUPPORT AEK WATER POLO

Στηρίζεις την προσπάθεια των ανδρών και των γυναικών της ΑΕΚ στο πόλο, στην Ελλάδα και στην Ευρώπη!
Για να μεγαλώσουμε πιο πολύ, για να φτάσουμε πιο μακριά, για να φέρουμε τα παιδιά μας στο ομαδικό άθλημα των ολυμπιονικών!

Πακέτα Υποστήριξης	Άτοκες Δόσεις (προαιρετικά)	Παροχή						
		Κατάθεση χωρίς χρήση κάρτας	Εισιτήρια Διαρκείας Ανδρών Γυναικών	Official Σκουφί Κολύμβησης	Official T-Shirt ΑΕΚ Water Polo	Official Σκουφί Πόλο	Official Πετσέτα ΑΕΚ	Official Σκουφί Πόλο του EUROCUP
50 €	0	✓						
100 €	2	✓	✓	✓				
150 €	3	✓	✓	✓	✓			
200 €	4	✓	✓	✓	✓	✓		
250 €	5	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
360 €	6	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Κατάθεση:
EUROBANK - BIC/SWIFT CODE: ERBKGRAA
IBAN: GR54 0260 2070 0006 7020 1246 161

ΣΕ ΚΑΘΕ ΣΤΙΓΜΗ ΤΗΣ

WATER POLO

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΑΕΚ
www.aek.gr

• **EFOOD**

ΟΙ 115 RIDERS ΑΝΑΝΕΩΝΟΥΝ ΤΙΣ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΙΔΙΟΥΣ ΟΡΟΥΣ

Τη δυνατότητα να ανανεώσουν τις συμβάσεις τους με τους ίδιους όρους, έχουν οι 115 εργαζόμενοι της efood, στους οποίους εστάλη SMS από την εταιρεία την Παρασκευή, με το οποίο τους έδινε τη δυνατότητα να διατηρήσουν τη συνεργασία τους, που ήταν ορισμένου χρόνου, με λήξη τέλη Σεπτεμβρίου, μόνον εφόσον γίνονταν freelancers, μετά τη λήξη της τρέχουσας σύμβασής τους.

ΟΙ ΑΝΤΙΔΡΑΣΕΙΣ ΚΑΙ Η ΣΤΑΥΡΟΦΟΡΙΑ ΤΩΝ ΧΡΗΣΤΩΝ ΣΤΑ SOCIAL

Η γνωστοποίηση του συμβάντος είχε ως αποτέλεσμα την αντίδραση συνδικαλιστικών φορέων, αλλά και των χρηστών της πλατφόρμας, που ξεκίνησαν τη δική τους... σταυροφορία στα social media, υπό το hashtag #cancel_efood, στο οποίο κοινοποιούσαν τη διαγραφή τους από την πλατφόρμα.

Οι εν λόγω αντιδράσεις υποχρέωσαν την εταιρεία να τοποθετηθεί δημόσια, στέλνοντας τελικά ανακοίνωση το μεσημέρι της Παρασκευής 17 Σεπτεμβρίου, υπογραμμίζοντας ότι αποδοκιμάζει τη χθεσινή λανθασμένη επικοινωνία, καθώς, "δεν εκφράζει τη φιλοσοφία και την κουλ-

τούρα της εταιρείας".

Τόνισε, δε, ότι, "θα θέλαμε να διευκρινίσουμε προς τους διανομείς, συνεργάτες και χρήστες του efood, πως η λανθασμένη διατύπωση της πρόσφατης επικοινωνίας, που έγινε προς 115 διανομείς, των οποίων η σύμβαση λήγει στις 30 Σεπτεμβρίου 2021, δεν εκφράζει τη φιλοσοφία και την κουλτούρα της εταιρείας και, σε καμία περίπτωση, δεν ήταν εκβιαστική. Ουδεμία πρόθεση είχε να δημιουργήσει κλίμα ανασφάλειας στους διανομείς, αλλά αντιθέτως, να προσφέρει, σε όσους το επιθυμούν και λήγει η σύμβασή τους, έναν νέο τρόπο συνεργασίας με την εταιρεία, που θα λειτουργήσει θετικά προς τις δύο πλευρές".

ΤΟ SMS ΚΑΙ Η "ΛΑΝΘΑΣΜΕΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ"

Συγκεκριμένα, [όπως διαβάσατε στο FNB Daily στις 20/09](#), η ενημέρωση των διανομμένων ανέφερε: "Αγαπητέ Rider, στο πλαίσιο της αύξησης της παραγωγικότητας του στόλου και της ευρύτερης στρατηγικής της εταιρείας, θα θέλαμε να σου προτείνουμε να συμμετάσχεις και εσύ, στο σχήμα συνεργασίας freelancing. Θέλουμε να συνεχίσουμε τη συνεργασία μας, αλλά με βάση



τα παραπάνω και το batch σου, εκτιμούμε ότι θα ήταν καλύτερο να συνεχίσεις, να εργάζεσαι ως freelancer. Θα έχεις την ευελιξία να διαμορφώσεις τις ώρες εργασίας σου και να αυξήσεις τις αποδοχές σου. Σε διαφορετική περίπτωση, θα θέλαμε να σε ενημερώσουμε ότι δεν υπάρχει δυνατότητα ανανέωσης της υπάρχουσας σύμβασης. Παρακαλώ πολύ να μας ενημερώσεις άμεσα μέσω ticket για την αποδοχή του παραπάνω, προκειμένου να σε ενημερώσουμε για τα επόμενα βήματα".

ΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΣΥΜΒΑΣΕΩΝ ΠΟΥ ΑΚΟΛΟΥΘΕΙ Η EFOOD

Πηγές της εταιρείας αναφέρουν στο FNB Daily ότι, η online delivery platform διατηρεί τρία μοντέλα συμβάσεων για τους εργαζόμενους της.

- Σύμβαση αορίστου χρόνου
- Σύμβαση περιορισμένου χρόνου (3μηνιαία)
- Ως συνεργάτης διανομέας (freelancing)

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **MANPOWER**

ΤΙ ΑΠΑΝΤΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΤΡΙΜΗΝΕΣ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΤΗΣ EFOOD

Απαντήσεις για τις τρίμηνες συμβάσεις στην efood δίνει η συνεργαζόμενη εταιρεία, Manpower, με ανακοίνωσή της.

Η ανακοίνωση έχει ως εξής:

"Σχετικά με δημοσιεύματα και δηλώσεις, που είδαν τις τελευταίες ημέρες το φως της δημοσιότητας και εμπλέκουν την εταιρεία μας στην υπόθεση των εργασιακών αλλαγών σε ηλεκτρονική πλατφόρμα ταχυδιανομών, η ManpowerGroup Ελλάδας, μέλος του ομίλου ManpowerGroup, αισθάνεται την ανάγκη να διευκρινίσει τα εξής:

Στο πλαίσιο της συγκεκριμένης συνεργασίας, η ManpowerGroup παρέχει τις υπηρεσίες της, εφαρμόζοντας πλήρως τη νομοθεσία που διέπει τη λειτουργία των Εταιρειών Προσωρινής Απασχόλησης (ΕΠΑ). Σκοπός της συνεργασίας είναι η κάλυψη προσωρινών αναγκών του συνεργάτη της, μόνο για ορισμένο χρόνο. Ο χρόνος προσωρινής απασχόλησης, όπως συμβαίνει με όλους μας τους συνεργάτες, δε μπορεί να ξεπερνά τους 36 μήνες, σύμφωνα με τη νομοθεσία, η οποία τηρείται απαρέγκλιτα".



ΤΙ ΙΣΧΥΕΙ ΓΙΑ ΤΙΣ ΤΡΙΜΗΝΕΣ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ

Επί του θέματος αυτού, η ManpowerGroup ξεκαθαρίζει ότι, σε όλες τις τριμερείς συμβάσεις ορισμένου χρόνου που συνάπτει με τους συνεργάτες της, ισχύουν τα εξής:

A. Το διευθυντικό δικαίωμα στο "προσωρινά απασχολούμενο προσωπικό", δηλαδή ο ορισμός του τόπου, του χρόνου και του τρόπου παροχής της εργασίας (π.χ διάρκεια σύμβασης), ασκείται μόνο από τον έμμεσο εργοδότη και όχι από την ManpowerGroup

B. Η ManpowerGroup, ως άμεσος εργοδότης, περιορίζεται στην εκτέλεση των διοικητικών εργοδοτικών υποχρεώσεων προς τους δημόσιους φορείς, έμμεσο εργοδότη και εργαζόμενο (όπως για παράδειγμα οι αναγγελίες στην Εργάνη, σύνταξη συμβάσεων, έκδοση μισθοδοσίας, απόδοση ασφαλι-

στικών εισφορών, απόδοση ΦΜΥ, κ)

Γ. Ο Εργαζόμενος παρέχει τις υπηρεσίες του στον έμμεσο εργοδότη, σύμφωνα με τους όρους της σύμβασης εργασίας του, όπως προβλέπεται από το Π/Δ 156/94

Δ. Η ManpowerGroup ακολουθεί όλες τις νόμιμες οδηγίες του πελάτη της και εγγυάται όλες τις προϋποθέσεις που πρέπει να πληρούνται σύμφωνα με τη νομοθεσία

Και η ανακοίνωση συνεχίζει ως εξής:

"Με βάση τα παραπάνω γεγονότα, χαρακτηρισμοί που διατυπώθηκαν δημοσίως τις τελευταίες ημέρες, πόρρω απέχουν από την πραγματικότητα και την προσήλωση της ManpowerGroup στην ελληνική και ευρωπαϊκή νομοθεσία.

Η ManpowerGroup παρακολουθεί στενά τις εξελίξεις στην αγορά εργασίας και συνιστά αποδεδειγμένα έναν αξιόπιστο στρατηγικό συνεργάτη και αρωγό του επιχειρηματικού κόσμου, με σεβασμό στον εργαζόμενο και στην εργασιακή νομοθεσία, βάσει του Ν. 4052/2012, όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει με τους Ν. 4093/2012 & 4254/2014 για τις Εταιρίες Προσωρινής Απασχόλησης (ΕΠΑ)", καταλήγει η ανακοίνωση.

POWERED BY **FN|USA.**

• AGOT AI ΥΠΟΣΧΕΤΑΙ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΑΚΡΙΒΕΙΑ ΣΤΙΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ

Η Agot AI έκλεισε συμφωνία χρηματοδότησης \$10 εκατ. με τους επενδυτές:

- Continental Grain
- Kitchen Fund
- Grift Ventures

Με τη νέα τεχνολογία της Agot AI, τα εστιατόρια θα μπορούν να παρέχουν στους πελάτες τους τον ακριβή χρόνο αναμονής, με αποτέλεσμα να είναι περισσότερο ικανοποιημένοι. Ακόμα, με τη χρήση της κάμερας, θα έχουν τη δυνατότητα να ελέγχουν κατά πόσο το προσωπικό κάνει σωστά τη δουλειά του και με αυτόν τον τρόπο, να βελτιώσουν την αποδοτικότητά του.



ΩΘΗΣΗ ΣΤΙΣ ONLINE ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ

Οι παραγγελίες είχαν αυξηθεί ήδη, έναν χρόνο πριν την COVID-19. Μετά όμως, την πανδημία, οι παραγγελίες έχουν αυξηθεί ραγδαία, καθώς οι πελάτες δεν μπορούσαν να πάνε σε κάποιο εστιατόριο και να απολαύσουν το γεύμα τους, οπότε κατέφευγαν σε online παραγγελίες, οι οποίες τους έδιναν την ψευδαίσθηση ότι βρίσκο-

νται στο αγαπημένο τους εστιατόριο. Σύμφωνα με τον Διευθύνοντα Σύμβολο της Agot AI, Evan DeSantola, η νέα τεχνολογία μπορεί να εντοπίσει πάνω από το 85% των παραγγελιών που έχουν κάποιο σφάλμα και να το διορθώσει άμεσα, πριν φτάσει η παραγγελία στον πελάτη και μείνει δυσαρεστημένος.



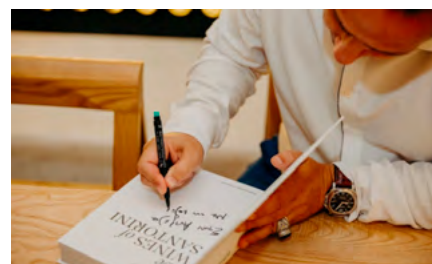
• GOOD MEAT ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΕ \$97 ΕΚΑΤ. ΣΕ ΓΥΡΟ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ

Η Good Meat, θυγατρική της Eat Just, συγκέντρωσε \$97 εκατ. σε πρόσφατο γύρο χρηματοδότησης. Θυμίζουμε ότι, τον Μάιο, είχε πραγματοποιήσει έναν επιπλέον γύρο, κατά τον οποίο κατάφερε να συγκεντρώσει, από παλιούς και νέους επενδυτές,

\$170 εκατ., μεταξύ των οποίων ήταν η UBS O'Connor, η Graphene Ventures και η K3 Ventures. Η Good Meat σχεδιάζει να χρησιμοποιήσει τα κεφάλαια, για να ενισχύσει την παραγωγική της ικανότητα, επιταχύνοντας τις διαδικασίες R&D.

• ΓΙΑΝΝΗΣ ΚΑΡΑΚΑΣΗΣ ΜΩ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕ ΤΟ ΒΙΒΛΙΟ ΤΟΥ "THE WINES OF SANTORINI"

Ο Γιάννης Καρακάσης παρουσίασε το βιβλίο του "The Wines of Santorini", στο Selene Restaurant. Το παρών στην εκδήλωση, μέσω zoom, έδωσε ο Master of Wine, Mark Andrew, ιδρυτής του Noble Rot, ο οποίος προλόγισε το βιβλίο του Γιάννη Καρακάση. Το μενού της βραδιάς επιμελήθηκε ο Έκτορας Μποτρίνι, το οποίο συνόδευσαν κρασιά από εκλεκτές ετικέτες της Σαντορίνης.



• McCAIN FOODS ΛΑΝΣΑΡΕΙ ΝΕΟ PLANT-BASED BRAND

Ένα νέο plant-based brand, την Simple Root, λανσάρει η McCain Foods, που περιλαμβάνει ντιπ, αλείμματα και σάλτσες με βάση τα λαχανικά.

Σύμφωνα με την McCain Foods, η παραγωγή των προϊόντων της σειράς έχει σαν βάση τοπικές πρώτες ύλες και χαμηλό αποτύπωμα άνθρακα.

Τα προϊόντα της Simple Root θα παρουσιαστούν για πρώτη φορά, στην εμπορική έκθεση, Lunch!, που θα πραγματοποιηθεί στις 23-24 Σεπτεμβρίου, στο ExCel London, με την McCain Foods να σχεδιάζει την κυκλοφορία της στην αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου μέχρι τέλος του έτους.



• **PEPSICO**

ΓΙΑΤΙ ΕΠΕΣΤΡΕΨΕ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΟΥ ΝΕΡΟΥ - ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η Ν.Υ. AQUA

Μετά από αρκετό καιρό, από τότε που η Pepsico δραστηριοποιείται στον κλάδο του νερού μέσω της παραγωγής του HBH Λουτράκι, φαίνεται πως η εταιρεία ξαναμπαίνει δυναμικά στην εν λόγω αγορά. Αυτή τη φορά, μέσω της συμφωνίας με την Ν.Υ. AQUA, η οποία προβλέπει ότι, άμεσα, θα επανελειτουργήσει το εμβληματικό εργοστάσιο παραγωγής και εμφιάλωσης νερού στο Λουτράκι.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €55 ΕΚΑΤ.

Ο επενδυτικός σχεδιασμός των δύο εταιρειών περιλαμβάνει επενδύσεις ύψους €55 εκατ. στην πλήρη ανάπτυξη της μονάδας, ενώ σε αρχικό στάδιο, θα επενδυθούν €20 εκατ. Μέσω αυτής της συνεργασίας, θα εκσυγχρονιστεί το εργοστάσιο, θα παραληφθούν νέες γραμμές παραγωγής και θα δημιουργηθούν νέες θέσεις εργασίας στην ευρύτερη περιοχή.

ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ ΤΗΣ PEPISCO

Με "όπλο" το σημαντικό πανελλαδικό δίκτυο της Pepsico Hellas, το νέο σχήμα θα παράγει νέο μεταλλικό νερό. Στόχος είναι να συνδυαστεί η τεχνογνωσία της Ν.Υ. AQUA και το δίκτυο πωλήσεων της Pepsico, η οποία θα συμβάλει σημαντικά στην ανάπτυξη των μεριδίων αγοράς. Όπως αναφέρουν πηγές της αγοράς, το ισχυρό δίκτυο σε μεγάλους retailers, στη μικρή λιανική και στο κανάλι HoReCa, εκτιμάται ότι θα οδηγήσει σε αυξημένα μερίδια αγοράς για το νέο μεταλλικό νερό.

ΟΙ ΛΟΓΟΙ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Η επένδυση έρχεται σε μια χρονική στιγμή που η αγορά του νερού είναι ανερχόμενη. Οι ίδιες πηγές επισημαίνουν πως, οι πωλήσεις των μεταλλικών νερών συνεχώς αυξάνονται, και αυτό, γιατί υπάρχει πλέον, σημαντική τάση στην αγορά για υγιεινή διατροφή. Αυτή, συνδυάζεται και με τα μεταλλικά νερά, οι πωλήσεις των οποίων είναι ιδιαίτερα αυξημένες, τόσο στο e-commerce, όσο και στο δίκτυο λιανικής.

ΠΟΛΛΑΠΛΑ ΟΦΕΛΗ

Η Γενική Διευθύντρια της PepsiCo Hellas, Δέσποινα Τσαγγάρη, τόνισε: "Η σημαντική αυτή συνεργασία με την Ν.Υ. AQUA, δίνει ιδιαίτερη αναπτυξιακή πνοή στην ευρύτερη περιοχή, αλλά και συνολικά στην αγορά του κλάδου των τροφίμων και ποτών. Είναι αναμφίβολα μια σημαντική επένδυση με πολλαπλά οφέλη", ενώ πρόσθεσε πως, "για εμάς στην PepsiCo Hellas, πρόκειται για την υλοποίηση ενός σημαντικού στόχου, την επαναλειτουργία ενός ιστορικού



Από αριστερά προς τα δεξιά: Πέτρος Τζιτζικώστας, μέτοχος, Ν.Υ. Aqua - Μαρία Τόκτωρ, μέτοχος, Ν.Υ. Aqua - Oliver Boeckmann, μέτοχος Ν.Υ. Aqua - Αδωνις Γεωργιάδης, Υπουργός Ανάπτυξης και Επενδύσεων - Δημήτρης Μπαμπάκος, κύριος μέτοχος, Ν.Υ. AQUA - Jan Wettstein, πρόεδρος, VR Bank Bad Salzungen - Δέσποινα Τσαγγάρη, Γενική Διευθύντρια, PepsiCo Hellas



εμφιαλωτηρίου, όπου παραγόταν το εμβληματικό φυσικό μεταλλικό νερό, HBH Λουτράκι".

ΩΘΗΣΗ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ

Τέλος, ο Πρόεδρος της Ν.Υ. AQUA, Δημήτρης Μπαμπάκος, ανέφερε, μεταξύ άλλων, ότι, "πρόκειται για μια σημαντική επένδυση και μια εξίσου σημαντική συνεργασία με έναν παγκόσμιο ηγέτη στον τομέα τροφίμων και ποτών, με ισχυρή παρουσία και στη χώρα μας. Η επαναλειτουργία του εργοστασίου στο Λουτράκι, μέσα από τη συνεργασία της Ν.Υ. AQUA και της PepsiCo Hellas, θα δώσει ώθηση στην οικονομία της ευρύτερης περιοχής, δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας, αλλά θα αποτελέσει και ένα ζωντανό παράδειγμα για ώθηση στην ανάπτυξη, η οποία, με σωστά βήματα, μπορεί να επιτευχθεί ακόμα και στην δύσκολη αυτή περίοδο, μετά και τις πρωτοφανείς ανατροπές που έφερε η πανδημία".

ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΗΣ Ν.Υ. AQUA

Η Ν.Υ. AQUA με έδρα την Θεσσαλονίκη, είναι μέλος ενός σύγχρονου μοντέλου εταιρειών ισχυρού γερμανικού group, που αναπτύσσει δυναμικά το χαρτοφυλάκιό του σε 4 σημαντικούς τομείς:

- Ενέργεια
- Βιομηχανία
- Αερομεταφορές

- Real Estate

Διαθέτει σημαντικό track record σε συνεργασίες και έντονη παρουσία σε χώρες, όπως οι:

- Γερμανία
- Ελβετία
- Ελλάδα
- Κύπρο
- Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα

Στην Ελλάδα, έχει ήδη, τοποθετηθεί επιχειρηματικά από το 2019, υλοποιώντας σε αυτό το διάστημα και παρά την κρίση της πανδημίας του κορωνοϊού, επενδύσεις €80 εκατ.

ΥΔΑΤΟΔΡΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΝΕΡΓΕΙΑ

Όπως αναφέρεται σε σχετικό δελτίο, "με την συμβολή του οικονομολόγου και εκ των βασικών μετόχων του group, Δημήτρη Μπαμπάκου, ο όμιλος παρουσίασε ένα αναπτυξιακό επενδυτικό πλάνο για τη χώρα μέσω εταιρειών που έχουν τη δυνατότητα να αναδειχθούν σε ηγέτιδες δυνάμεις σε διάφορους κλάδους και να συμβάλλουν σημαντικά στην τόνωση και στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας". Υλοποιεί επενδύσεις με πρώτη αυτή, στον κλάδο της βιομηχανίας στην Β. Ελλάδα. Επανενοποιήθηκε το project εθνικής σημασίας των Υδροπλάνων και Υδατοδρομίων, εξαγοράζοντας την Ελληνική Υδατοδρόμια από την Άκτωρ και προχώρησε στην ίδρυση της Grecian Air Seaplanes, της εταιρείας που θα εκτελεί το πτητικό έργο των υδροπλάνων στη χώρα μας, μια επένδυση που, στην πλήρη ανάπτυξή της, θα ξεπεράσει τα €180 εκατ. Τέλος, μπαίνει στον κλάδο της Ενέργειας με επενδύσεις ύψους €250 εκατ.

Νικόλας Ταμπακόπουλος
nicolas@notice.gr

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• ELBISCO

ΑΥΞΗΣΗ ΤΖΙΡΟΥ ΚΑΙ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ ΤΟ 2020 – ΠΤΩΤΙΚΟ ΤΟ Α' ΤΕΤΡΑΜΗΝΟ ΤΟΥ 2021

Θετικές επιδόσεις σημείωσε η Elbisco το 2020, επιτυγχάνοντας αύξηση κύκλου εργασιών και κερδοφορίας, σε σύγκριση με το 2019, σύμφωνα με τα όσα ανακοίνωσε η εταιρεία.

DATA – ΟΜΙΛΟΣ

(σε € χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2020: 122.086

2019: 116.375

Μεταβολή: 4,9%

Μικτά κέρδη

2020: 47.374

2019: 41.164

Μεταβολή: 15,1%

Αποτελέσματα προ φόρων

2020: (98)

2019: (2.201)

EBITDA

2020: 10.895

2019: 8.134

Μεταβολή: 34%



Νίκος Βουδούρης, CEO, Elbisco

Η ΠΡΩΤΗ ΕΙΚΟΝΑ ΓΙΑ ΦΕΤΟΣ

Σε ό,τι αφορά το 2021, [όπως είχατε διαβάσει στο FnB Daily](#), η Elbisco καταγράφει διψήφια πτώση της τάξης του 10,9% κατά το α' τετράμηνο του έτους, την οποία η διοίκηση της εταιρείας αποδίδει στη γενικότερη πτώση του λιανεμπορίου.

Ωστόσο εκτιμά ότι, με το άνοιγμα όλων των οικονομικών δραστηριοτήτων και ειδικά του τουρισμού και της εστίασης, η βελτίωση του γενικότερου κλίματος θα επιφέρει ισορροπία στην αγορά.

"ΘΕΤΙΚΗ ΠΟΡΕΙΑ ΣΕ ΑΝΤΙΞΟΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ"

"Τα αποτελέσματα αυτά, αποτυπώνουν τη

θετική πορεία της εταιρείας εντός του 2020, μέσα στο αντίξοο περιβάλλον που δημιούργησε η εκδήλωση της υγειονομικής κρίσης. Στη διάρκεια όλης αυτής της περιόδου, αδιαπραγμάτευτη προτεραιότητά μας είναι η προστασία της υγείας των εργαζομένων μας, καθώς και η απρόσκοπτη τροφοδοσία της αγοράς", αναφέρει ο Διευθύνων Σύμβουλος, Νικόλαος Βουδούρης, υπογραμμίζοντας ότι η εταιρεία ανταπεξήλθε στις πιέσεις που δέχθηκε η αγορά, υλοποιώντας με συνέπεια το στρατηγικό σχεδιασμό του ομίλου. "Επενδύσαμε και συνεχίζουμε να επενδύουμε στην προϊοντική καινοτομία, τόσο με επαναλανσαρίσματα, όσο και με λανσαρίσματα νέων διαφοροποιημένων σειρών προϊόντων υψηλής ποιότητας, που ανταποκρίνονται στις μεταβαλλόμενες διατροφικές συνήθειες και ανάγκες των καταναλωτών".

ΝΕΟ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ ΦΡΥΓΑΝΙΑΣ ΣΤΗΝ ΧΑΛΚΙΔΑ

Σημαντικό ρόλο στην επίτευξη των στόχων της εταιρείας, έχει, όπως αναφέρει, η λειτουργία του νέου εργοστασίου παραγωγής φρυγανιάς στην Χαλκίδα, με διαρκώς αυξανόμενη ανταγωνιστικότητα. "Οι προοπτικές ανάπτυξής μας στηρίζονται επίσης, στην εφαρμογή μιας δυναμικής στρατηγικής εξωστρέφειας, που εστιάζει στην ανάπτυξη νέων συνεργασιών και στη βελτίωση της γεωγραφικής διασποράς των προϊόντων μας στις διεθνείς αγορές".

ΘΕΤΙΚΗ Η ΘΥΓΑΤΡΙΚΗ ΖΙΤΟΛUKS

Θετική επίδοση είχε και η εταιρία του ομίλου, Zitoulks, η οποία παρουσίασε κέρδη προ φόρων €115 χιλ., έναντι ζημιών €78 χιλ. το 2019.

• ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΚΡΑΣΙΟΥ

ΥΠΟΧΩΡΗΣΕ ΣΤΗΝ 3η ΘΕΣΗ Η ΓΑΛΛΙΑ ΦΕΤΟΣ

Την 3η θέση στην παγκόσμια κατάταξη παραγωγής κρασιού για το 2021 καταλαμβάνει η Γαλλία, που, σύμφωνα με την ΚΕΟ-ΣΟΕ, η παραγωγή της εκτιμάται σήμερα, στα 33 εκατομμύρια εκατόλιτρα από τις υποurigικές υπηρεσίες.

Σημειώνεται ότι ο γαλλικός αμπελώνας παρουσιάζει τη μικρότερη συγκομιδή από το 1976, λόγω μιας διαδοχής κλιματολογικών καταστροφών που επηρέασαν πολλές αμπελουργικές περιοχές, όπως:

- Ανοιξιότικο παγετό
- Πίεση περονόσπορου
- Μείωση της ανθοφορίας
- Χαλάζι
- Ξηρασία
- Πυρκαγιές



Αυτά τα φαινόμενα οδηγούν σε πτώση της γαλλικής συγκομιδή κατά 29% σε σύγκριση με το 2020 (-25% σε σύγκριση με τον μέσο όρο της πενταετίας).

ΕΧΑΣΕ ΤΗΝ ΠΡΩΤΙΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΙΤΑΛΙΑ

Έχοντας χάσει τον τίτλο της πρώτης χώρας

παραγωγής κρασιού στον κόσμο από την Ιταλία από τον τρύγο του 2016, η Γαλλία θα ξεπεραστεί φέτος και από την Ισπανία και θα περάσει στην τρίτη θέση.

Με την ισπανική συγκομιδή να εκτιμάται σήμερα, στα 38,9 εκατομμύρια hl από τους συνεταιριστικούς οργανισμούς που ανέφερε η La Semana Vitivinícola στις αρχές Σεπτεμβρίου, το δυναμικό της ιβηρικής παραγωγής παρουσιάζει επίσης, αξιοσημείωτη πτώση (16%) σε σύγκριση με το 2020 (και -9% σε σύγκριση με τον 5ετή μέσο όρο). "Οι πρόσφατες βροχές και το χαλάζι επιβεβαίωσαν μόνο τις καθοδικές εκτιμήσεις", αναφέρει η La Semana Vitivinícola, υπολογίζοντας τους όγκους που μπορεί ακόμη να ποικίλουν κατά ένα εκατομμύριο hl, πάνω ή κάτω.

• **ELVALHALCOR**

ΣΥΜΜΕΤΕΧΕΙ ΣΤΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ LOW CARBON ΚΟΥΤΙΟΥ ΜΠΥΡΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ AB INBEV

Το πιλοτικό πρόγραμμα παραγωγής ενός νέου low carbon κουτιού μπίρας, για λογαριασμό της AB InBev στην Ευρώπη, ανακοίνωσαν η Budweiser Brewing Group, ο επιχειρηματικός βραχίονας της AB InBev στο Ηνωμένο Βασίλειο, σε συνεργασία με την Rusal, θυγατρική της En+ Group, την Canpack, και την ElvalHalcor. "Η στήριξη προς τους συνεργάτες μας, για την παραγωγή αυτού του κουτιού μπίρας χαμηλού άνθρακα, αποδεικνύει την ισχυρή μας δέσμευση για βιώσιμη ανάπτυξη, με πλήρως ανακυκλώσιμα προϊόντα χαμηλού άνθρακα", ανέφερε, μεταξύ άλλων, ο Γιάννης Κουφοπάνος, Sustainability Director της Elval, του τομέα Έλασης Αλουμινίου της ElvalHalcor.



ΘΑ ΠΑΡΑΧΘΟΥΝ 5 ΕΚΑΤ. ΚΟΥΤΙΑ ΜΠΥΡΑΣ

Μέσω του εν λόγω πιλοτικού προγράμματος, θα προκύψει η παραγωγή πέντε εκατομμυρίων κουτιών μπίρας, Budweiser, χωρητικότητας 440 ml, με ιδιαίτερα χαμηλές απαιτήσεις σε άνθρακα. Τα κουτιά που θα παραχθούν, αναμένεται να είναι διαθέσιμα στα καταστήματα λιανικής του Ηνωμένου Βασιλείου από το φθινόπωρο του 2021.

Η ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΚΑΘΕ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Τα κουτιά θα παραχθούν από την Canpack UK, η οποία θα αξιοποιεί 100% ηλεκτρική ενέργεια από ανανεώσιμες πηγές, ενώ βασικό υλικό της παραγωγής θα είναι ελάσματα αλουμινίου της Elval.

Για την παραγωγή του μετάλλου των κουτιών, το πρωτογενές αλουμίνιο, που συνήθως χρησιμοποιείται, αντικαταστάθηκε από το Allow Inerta – αλουμίνιο ιδιαίτερα χαμηλών απαιτήσεων σε άνθρακα – το οποίο παράγεται από την Rusal με την χρήση της πρωτοποριακής και μηδενικών ρύπων τεχνολογίας αδρανούς ανοδίου (inert anode). Η πλήρωση των κουτιών θα γίνει στα εργοστάσια ζυθοποιίας της Budweiser Brewing Group UK&I στο Magor της Νότιας Ουαλίας, καθώς και

στο Samlesbury του Lancashire στην Μ. Βρετανία, αξιοποιώντας ηλεκτρική ενέργεια από 100% ανανεώσιμες πηγές.

ΠΛΗΡΩΣ ΙΧΝΗΛΑΤΗΣΙΜΗ Η ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΗΓΗ ΤΗΣ

Μέσω αυτής της συνεργασίας, η οποία εκτείνεται σε όλο το μήκος της εφοδιαστικής αλυσίδας, η πορεία παραγωγής των κουτιών μπίρας θα είναι πλήρως ορατή και ιχνηλατήσιμη ήδη, από την πηγή της. Η παραγωγική διαδικασία ξεκινάει με το Allow Inerta, το οποίο παράγεται με την πρωτοποριακή τεχνολογία αδρανούς ανοδίου (inert anode) και στη συνέχεια αναμειγνύεται με ανακυκλωμένο αλουμίνιο.

Η εν λόγω διαδικασία εξασφαλίζει το χαμηλότερο αποτύπωμα άνθρακα σε σύγκριση με όλα τα προηγούμενα κουτιά αλουμινίου της AB InBev μέχρι σήμερα. Το νέο κουτί θα είναι πλήρως ανακυκλώσιμο για πάντα, φέρνοντας στους καταναλωτές το μέλλον των βιώσιμων συσκευασιών χαμηλού άνθρακα.

Τα νέα κουτιά χαμηλού άνθρακα θα συνεχίσουν να υποστηρίζουν τη διαδικασία απεξάρτησης από τον άνθρακα, μέσω της δυνατότητας συνεχούς ανακύκλωσης που θα παρέχουν. Περίπου ¾ του συνο-

λικού αλουμινίου, που έχει παραχθεί μέχρι σήμερα, είναι ακόμα σε χρήση, με τις διαδικασίες απεξάρτησης από τον άνθρακα να επιταχύνονται συνεχώς, αποδεικνύοντας ότι οι καταναλωτές μπορούν να εμπιστευτούν το αλουμίνιο ως ένα υλικό συσκευασίας χαμηλών απαιτήσεων σε άνθρακα.

ΣΤΟΧΟΣ Η ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΙΟ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΜΠΥΡΑΣ ΣΤΗΝ ΒΡΕΤΑΝΙΑ

Στο πλαίσιο των φιλόδοξων παγκόσμιων στόχων βιωσιμότητας που έχει θέσει, η Budweiser Brewing Group UK&I στοχεύει επίσης, στην παραγωγή της πιο βιώσιμης μπίρας στο Ηνωμένο Βασίλειο. Ήδη, από τον Ιανουάριο του τρέχοντος έτους, η εταιρεία παράγει όλα της τα προϊόντα στο Ηνωμένο Βασίλειο, κάνοντας χρήση 100% ανανεώσιμης ηλεκτρικής ενέργειας, η οποία προέρχεται από την ιδιόκτητη ανεμογεννήτρια και τα δύο φωτοβολταϊκά της πάρκα. Επιπλέον, στο πλαίσιο επένδυσης, η οποία ανήλθε σε £115 εκατ., η εταιρεία αφαίρεσε όλο το πλαστικό από το προϊόν της χαρτοφυλάκιο και παράλληλα, κατάφερε να παράγει μπίρες από 100% εγχώριο κριθάρι, μειώνοντας έτσι τους ρύπους άνθρακα και παράλληλα, υποστηρίζοντας την τοπική γεωργία.

• **ROCKET**

ΑΟΡΙΣΤΟΥ ΧΡΟΝΟΥ ΟΙ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΔΙΑΝΟΜΕΙΣ ΤΗΣ

Στην υπογραφή συμβάσεων αορίστου χρόνου με τους διανομείς της προχωρά η online delivery platform, Rocket, στην Ελλάδα, αρχής γενομένης από αυτήν την εβδομάδα, με σκοπό την ενίσχυση του ανθρώπινου δυναμικού της.

ΕΠΕΝΔΥΕΙ ΣΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΗΣ

Συγκεκριμένα, η Rocket, αφουγκραζόμενη τις ανάγκες των διανομέων της, οι οποίοι αποτελούν κεντρικό πυρήνα της υπηρεσίας και ζωτικό κομμάτι της εταιρείας, προχωρά σε υπογραφή συμβάσεων μισθωτής εργασίας αορίστου χρόνου, με τους νέους διανομείς της.

Η εταιρεία δεσμεύεται να συνεχίσει να παρέχει, σε όλους τους διανομείς της, όλα τα προβλεπόμενα από τον νόμο προνόμια που ήδη, απολαμβάνουν και φυσικά, να διασφαλίζει την προστασία των δικαιωμάτων τους. Αξίζει να αναφέρουμε ότι, έχοντας νόμιμη υπόσταση και γραφεία στην Ελλάδα, η Rocket σκοπεύει να αυξήσει τοπικά το εργατικό της δυναμικό και τον στόλο της, έχοντας ως στόχο να ανοίξει έως και 500 νέες θέσεις εργασίας μέχρι το τέλος του έτους.

ΠΡΟΧΩΡΑ ΑΜΕΣΑ ΣΕ ΠΡΟΣΛΗΨΕΙΣ

Όπως αναφέρει ο Νίκος Χατζηδάκης, Regional Expansion Manager της Rocket, η εταιρεία θα προχωρήσει άμεσα σε νέες προσλήψεις, αυξάνοντας τον στόλο των διανομέων της. "Ως μισθωτοί της Rocket, οι διανομείς φυσικά, θα συνεχίσουν να απολαμβάνουν πλήρη προνόμια και δικαιώματα, ασφαλιστική κάλυψη κα".

ΔΙΠΛΑΣΙΑΖΕΙ ΤΟΝ ΟΓΚΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Θυμίζουμε ότι η Rocket έχει μπει σε Ουκρα-



Νίκος Χατζηδάκης, Regional Expansion Manager, Rocket

νία, Ολλανδία, Κύπρο και Γαλλία, ενώ από τον Ιούλιο, οπότε και έκανε την εμφάνισή της στην ελληνική αγορά μέχρι σήμερα, έχει διπλασιάσει τον όγκο των παραγγελιών της, ενώ η υπηρεσία γίνεται διαθέσιμη σε ολόκληρη και περισσότερες περιοχές και προάστια της Αθήνας.

Εξυπηρετεί ήδη, τις περιοχές:

- Χαλάνδρι
- Χολαργό
- Αγία Παρασκευή
- Παπάγου
- Νέο Ψυχικό
- Ψυχικό
- Φιλοθέη
- Κολωνάκι
- Παγκράτι
- Ζωγράφου,
- Αμπελόκηποι
- Άγιο Αρτέμιο
- Θησείο, Κουκάκι
- Κεραμεικό
- Γκάζι



• **GRATE PLACE TO WORK®**

Ο ΜΑΣΟΥΤΗΣ ΣΤΑ BEST WORKPLACES IN EUROPE™ 2021

Στη λίστα, Best Workplaces in Europe™ 2021, με τις καλύτερες εταιρείες στην Ευρώπη, την οποία ανακοίνωσε το Great Place to Work®, σε συνεργασία με το The Economist Group, φέτος, η χώρα μας έχει παρουσία με 11 εταιρείες της ελληνικής αγοράς, 4 πολυεθνικές και 7 αμιγώς ελληνικές.

Συγκεκριμένα, βραβεύτηκαν για το εργασιακό τους περιβάλλον οι πολυεθνικές:

- DHL Express
- Abbvie Φαρμακευτική
- Novo Nordisk Ελλάς
- S.C Johnson Hellas

Καθώς και οι ελληνικές:

- Kaizen Gaming
- B. Καυκάς AE
- Διαμαντής Μασούτης
- Dialectica
- Epsilon Net
- AE Convert Group
- Pylones Hellas

FN|USA.

NEWS, TRENDS,
COMPLIANCE



ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER
ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΩΝ Η.Π.Α.

Κάθε Δευτέρα, με το

FNB SERVED
DAILY.

Powered by
Elementals
Accelerating Products in Global Markets

• **QIVOS**

ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΠΟΝΤΟΙ ΤΟ LOYALTY - ΕΣΤΙΑΣΗ ΣΕ ΣΤΟΧΕΥΜΕΝΕΣ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΩΠΟΠΟΙΗΜΕΝΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ

Ολοένα αυξανόμενη είναι η ανάγκη των brands και των επιχειρήσεων για την απόκτηση first-party data, δηλαδή, των δεδομένων που προκύπτουν με την ξεκάθαρη συναίνεση του καταναλωτή-χρήστη, ο οποίος γνωρίζει με ποιον μοιράζεται τα δεδομένα του και για ποιον σκοπό, όπως εν πολλοίς ορίζεται και από τον νέο κανονισμό προστασίας δεδομένων (GDPR).

Η ανάγκη αυτή μεγαλώνει και θα αυξηθεί πολύ περισσότερο, όσο περιορίζεται η χρήση των third-party cookies - θέμα που απασχολεί τις εταιρείες τεχνολογίας και παράλληλα, τη βιομηχανία του μάρκετινγκ - και συνάμα εντείνεται η διαμάχη (βλ. Apple-Facebook) περί της προστασίας των δεδομένων του τελικού χρήστη.

ΑΝΑΓΚΑΙΕΣ ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΑ FIRST-PARTY DATA

"Σε αυτό το περιβάλλον, και με τους επερχόμενους περιορισμούς στη χρήση των third-party cookies, η επένδυση στα first-party data, τα οποία αποκτώνται σε άμεση γνώση, συναίνεση και ωφέλεια του πελάτη, πιστεύουμε πως είναι ένα σημαντικό και αναγκαίο βήμα για κάθε brand", σημειώνει στο FNB Daily ο Βαγγέλης Καραλής, Διευθύνων Σύμβουλος της Qivos, ο οποίος προσθέτει ότι, "τα προγράμματα loyalty, μέσα από μία σύγχρονη οπτική και υλοποίηση, αναδεικνύονται σε πολύτιμο εργαλείο".

ΑΝΑΞΙΟΠΟΙΗΤΑ ΤΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ

Σε ό,τι αφορά το λιανεμπόριο τροφίμων (supermarkets), πηγές με γνώση του κλάδου επισημαίνουν ότι, οι μεγάλες αλυσίδες



Βαγγέλης Καραλής, CEO, Qivos



που διαθέτουν loyalties, έχουν επενδύσει σε αυτόν τον τομέα παλαιότερα, με διαφορετική εστίαση από αυτή που επιτάσσει το παρόν και κυρίως, το μέλλον. Υπογραμμίζουν με έμφαση ότι, "loyalty δεν είναι οι πόντοι", προσθέτοντας ότι έχουν διάφορα δεδομένα από τους πελάτες τους, τα οποία ουσιαστικά είναι αναξιοποίητα.

Επισημαίνουν, μεταξύ άλλων, ότι δεν έχουν οργανωμένα και επικαιροποιημένα τα στοιχεία των πελατών τους - κάτι στο οποίο δεν έχουν προχωρήσει και για λόγους που συνδέονται με την ιδιαίτερα αυστηρή νομοθεσία που συνδέεται με το GDPR - οπότε δεν είναι σε θέση να προσφέρουν προσωποποιημένες προσφορές και μένουν σε γενικότερη ενημέρωση για κάποιες προσφορές που "τρέχουν" στα καταστήματα σε εβδομαδιαία (ή και ημερήσια) βάση.

ΣΗΜΑΝΤΙΚΑ ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΤΩΝ FIRST-PARTY DATA

Κάτι όμως, που, σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, δεν έχει "αποτύπωμα" στις πωλήσεις, "απαξιώνοντας" τα οφέλη που μπορούν να έχουν τα first-party data. Ειδικότερα σε μία περίοδο, κατά την οποία οι αλυσίδες - όπως και όλοι οι κρίκοι της εφοδιαστικής αλυσίδας - θα αναγκαστούν να απορροφήσουν μέρος των σημαντικών αυξήσεων στα κόστη των πρώτων υλών, της ενέργειας και των μεταφορών.

Σε αντίθεση με την Ελλάδα, στις υπόλοιπες αναπτυγμένες χώρες της Ευρώπης, οι επιχειρήσεις έχουν αντιληφθεί τα σημαντικά οφέλη που έχει η εστίαση στα customer data.

Περισσότερα για την πλατφόρμα Qivos Cloud, η οποία προσφέρει έναν μηχανισμό διαχείρισης προσφορών και κουπονιών, στο σημειώμα BnB Daily.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• TŪN HELLAS (TŪN NORD) ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕ ΤΗΝ ΑΜΦΙΓΑΛ

Την εταιρεία, Αμφιγά, πιστοποίησε η TŪN HELLAS (TŪN NORD), με βάση τα διεθνή πρωτόκολλα, IFS Food και BRC Food, και τους Ευρωπαϊκούς Κανονισμούς, (ΕΚ) 834/2007 και (ΕΚ) 889/2008, για την παραγωγή και εμπορία βιολογικών τυροκομικών προϊόντων.

Η πιστοποίηση πραγματοποιήθηκε μετά από επιθεωρήσεις του Φορέα στο εργοστάσιο επεξεργασίας γάλακτος της εταιρείας, που βρίσκεται στην Κεχρινιά Αμφιλοχίας.



• ΚΑΦΕΚΟΠΤΕΙΑ ΛΟΥΜΙΔΗ ΓΙΟΡΤΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΚΑΦΕ

Τα Καφεκοπτεία Λουμίδα, με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Καφέ, η οποία έχει καθιερωθεί την 1η Οκτωβρίου, ετοίμασαν προσφορές για τους καταναλωτές, τόσο στα καταστήματα, όσο και στο e-shop.

Συγκεκριμένα, από τις 27/9 έως και τις 3/10, με κάθε αγορά καφέ, οι καταναλωτές παίρνουν δώρο ένα φλιτζάνι ελληνικού με πιατάκι. Επιπλέον, κατά το διάστημα 27/9 - 2/10, σε όλο το δίκτυο καταστημάτων, Καφεκοπτεία Λουμίδα, θα διανέμονται κουπόνια, τα οποία θα μπορούν να εξαργυρωθούν από τους κα-

ταναλωτές, για να κερδίσουν ένα σακουλάκι ελληνικού καφέ.

Παράλληλα, για όλο το παραπάνω διάστημα, θα τρέχει εντός των καταστημάτων του δικτύου και ένας μεγάλος διαγωνισμός, όπου 20 τυχεροί θα κερδίσουν 1 κιλό ελληνικού καφέ της επιλογής τους και ένα μικρό coffee kit.

Τέλος, αποκλειστικά και μόνο για την 1 Οκτωβρίου, τα Καφεκοπτεία Λουμίδα θα προσφέρουν έκπτωση 20% σε επιλεγμένους καφέδες.



• NESCAFÉ ΣΥΜΜΕΤΕΧΕΙ ΣΤΟ ATHENS COFFEE FESTIVAL

Η Nescafé, για ακόμα μια χρονιά, συμμετέχει στο Athens Coffee Festival, που θα πραγματοποιηθεί στις 25-27 Σεπτεμβρίου, στην Τεχνόπολη του Δήμου Αθηναίων, στο Γκάζι. Συγκεκριμένα, η Nescafé θα προσφέρει στους επισκέπτες του φεστιβάλ την ευκαιρία, να δοκιμάσουν και να γνωρίσουν όλα τα προϊόντα και τα νέα λανσαρίσματα των σειρών, Nescafé, Nescafé Gold και Nescafé Azera Freddo Espresso στο τροχήλατο Nescafé Van.



• ALBERT HEIJN ΕΠΕΚΤΕΙΝΕΙ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΤΗΣ ΜΕ ΤΗΝ BP - ΣΤΟΧΟΣ ΤΑ 80 ΑΗ ΤΟ GO

Σε 100 νέα πρατήρια στην Ολλανδία βάζει η bp την Albert Heijn, στο πλαίσιο επέκτασης της συνεργασίας τους, με στόχο την ενίσχυση του convenience των καταναλωτών.

Μάλιστα, εντός της εβδομάδας, θα ανοίξει το δέκατο βενζινάδικο bp με κατάστημα, Albert Heijn (AH to go), ενώ το πλάνο προβλέπει να μετατραπούν άλλα 14 μέχρι τέλος της χρονιάς και πάνω από 80 το 2022.

Τα καταστήματα, AH to go, που βρίσκονται εντός των πρατηρίων, περιέχουν πληθώρα on the go επιλογών, τόσο σε τρόφιμα, όσο και σε ποτά, όπως φρεσκοκαβουρδισμένο καφέ, σάντουιτς, σαλάτες, κρουασάν, σνακ, φρέσκα φρούτα και χυμούς λαχανικών.

Επίσης, οι καταναλωτές μπορούν να αγοράσουν προϊόντα που σχετίζονται με το αυτοκίνητο.